ANALISIS SEJARAH
https://dx.doi.org/10.25077/jas.v13i2.113

Laboratorium Sejarah
Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Vol. 13, No. 2, 2023 | 76-88

Merekam Sejarah Industri Kopi Nur di Sungai Penuh (1984-2019)

Feldisa Sekar Wulandari*, Universitas Andalas, Indonesia
Midawati, Universitas Andalas, Indonesia
Zefri Efdison, STIE Sakti Alam Kerinci, Indonesia

ABSTRACT

This article aims to address the issues related to the development of Kopi Nur industry in Sungai Penuh over the period from 1984 to 2019. The industry had two leadership periods: Nurcaya's leadership from 1984 to 2015, and Zefri Efdison's leadership from 2015 to 2019. The research employs a historical method, encompassing heuristic data collection, source criticism, interpretation, and historiography. During the heuristic phase, primary sources such as books, government-related data, relevant scholarly articles, certificates, and company records were collected. Interviews with informants were also conducted. Under Nurcaya's leadership from 1984 to 2015, Kopi Nur initially used water wheels for production but shifted to machinery due to increased demand. During Zefri Efdison's leadership, rapid coffee industry growth occurred due to effective sales management and workforce handling. To boost consumer interest, Zefri Efdison engaged in exhibitions and training programs. The study's findings conclude that Kopi Nur originated from Bukit Apit coffee in Bukittinggi and evolved into a family business under Nurcaya. Over 35 years since the introduction of the Kopi Nur brand, significant development has occurred, yielding positive impacts on the sustainability of Kopi Nur business.

ARTICLE HISTORY

Received 12/07/2023
Revised 20/07/2023
Accepted 09/08/2023
Published 29/08/2023

KEYWORDS

Kopi Nur; industry development; historical research; leadership transition; business evolution.

***CORRESPONDENCE AUTHOR**

feldisasekarw@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai Negara Agraris, yang memiliki komoditas pertanian dan perkebunan yang melimpah. Dengan konsep Negara Agraris ini, Indonesia digambarkan sebagai negeri yang subur dan makmur, dengan julukan "*gemah ripah loh jinawi*, tongkat ditanam tumbuh jadi pohon" (Lailatusysyukriyah, 2015). Julukan negara Agraris yang diberikan kepada Indonesia tidak didapatkan begitu saja. Alasan di balik pemberian julukan ini adalah karena Indonesia menghasilkan berbagai komoditas pertanian, memiliki lahan pertanian yang luas, memiliki sumber air yang mencukupi untuk pengairan pertanian, dan juga mengimpor hasil pertanian dan perkebunan ke luar negeri (Aninsi, 2021).

Salah satu komoditas unggulan yang diekspor ke luar negeri adalah kopi. Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan dengan nilai ekonomis tinggi, berperan penting sebagai sumber devisa negara (Edvan, Edison, & Same, 2016). Pada abad ke-17, VOC terlibat dalam perdagangan kopi di Laut Merah dan Teluk Persia. Kemudian, kopi tiba di Batavia pada akhir abad ke-17, yang berasal dari pantai Malabar (Breman, 2014). Sebagian besar produksi kopi di Indonesia berasal dari perkebunan kopi yang dikelola oleh masyarakat (Riniarsi, 2016). Data dari *website* pertanian.go.id mencatat bahwa pada tahun 2019, luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai 1.245.358 Ha. Hal ini menunjukkan besarnya industri perkebunan kopi di Indonesia. Di kalangan masyarakat Indonesia, terdapat fenomena suka duduk di warung kopi modern yang sering disebut "Café" (Hidayat & Setiawan, 2015). Café ini muncul sebagai hasil dari kegemaran masyarakat dalam menikmati kopi. Banyak café modern yang menyediakan berbagai jenis kopi, baik yang berasal dari komoditas kopi Nusantara maupun kopi impor. Dengan pengolahan yang modern dan beragam variasi, kopi menjadi salah satu pilihan minuman favorit masyarakat dan juga memberikan peluang dalam industri usaha di bidang ini.

Industri kopi berkembang dengan pesat di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh, hal ini disebabkan oleh banyaknya perkebunan kopi di daerah tersebut. Beberapa usaha pengolahan kopi di Kabupaten Kerinci antara lain Pabrik Kopi Pandawa Kincai, Kopi Kerinci Depati, ALKO Kopi (Alam Korintji), UPH Kopi Arabika Koerintji Barokah, AMKO Kopi (Arabika Montana Korintji), dan Koperasi Koerintji Barokah Bersama (KKBB). Selain itu, di Kabupaten Kerinci juga terdapat beberapa coffee shop yang mendapat dukungan dari Dinas Koperindag Kabupaten Kerinci serta Dinas UMKM Kota Sungai Penuh (Ervina, 2021). Salah satu industri kopi UMKM yang terkemuka adalah Industri Kopi Nur di Sungai

Penuh. Industri Kopi Nur, yang didirikan oleh Nurcaya di tahun 1984, telah mengalami perkembangan signifikan. Pada awalnya, industri ini menggunakan proses produksi secara manual, namun seiring waktu, telah diperkenalkan penggunaan mesin-mesin modern (Saputra, 2021).

Sebelum dikelola oleh Nurcaya, produksi kopi sudah dimulai oleh ibunya, Darijamsani, pada tahun 1943. Darijamsani merantau dari Bukittinggi ke Kabupaten Kerinci bersama keluarganya, termasuk Nurcaya yang lahir pada tahun yang sama. Pada awalnya, Darijamsani menggunakan cara tradisional dalam memproduksi kopi bubuk, termasuk penggunaan kincir air dan kemasan dari koran dan daun pisang. Nurcaya mulai membantu orang tuanya dalam usaha ini saat remaja, dan usaha ini terus berlanjut hingga ia menikah. Setelah Nurcaya mengambil alih usaha ini, ia mempertahankan cara tradisional dalam proses produksi, termasuk penggunaan kayu manis dalam proses sangrai kopi untuk menciptakan aroma khas (Milyani, 2021). Nurcaya menekankan pentingnya menjaga mutu dan kualitas kopi dari bahan baku hingga proses penggilingan.

Pada tahun 2015, Industri Kopi Nur membuka *outlet* baru yang dikelola oleh Zefri Efdison, anak bungsu Nurcaya. Perpindahan pengelolaan ini terjadi karena pertimbangan usia Nurcaya dan juga untuk memperluas bisnis keluarga. Di bawah pengelolaan Zefri Efdison, Industri Kopi Nur mulai dikenal lebih luas, bahkan merambah pasar internasional seperti Malaysia. Industri Kopi Nur fokus pada produksi kopi bubuk tradisional dan telah berhasil membangun jaringan distribusi yang luas termasuk dalam platform *online*. Meskipun memiliki pasar yang besar, industri ini masih tetap dijalankan dengan skala kecil, dengan hanya 8 karyawan (Mursal, 2015). Melalui perjalanan panjang ini, Industri Kopi Nur Sungai Penuh telah berhasil mempertahankan warisan tradisionalnya dalam memproduksi kopi bubuk. Darijamsani sebagai pendahulu, Nurcaya sebagai penerus awal, dan kemudian Zefri Efdison, semuanya telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan dan keberlangsungan industri kopi ini.

METODE

Penelitian Sejarah adalah bidang penelitian yang mempelajari peristiwa dan kejadian masa lampau manusia. Tujuannya adalah untuk merekonstruksi masa lampau secara sistematis dan obyektif. Tujuan ini dapat dicapai melalui penerapan metode sejarah (Herlina, 2020). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian sejarah. Metode sejarah merupakan pendekatan untuk melakukan penelitian dan penulisan sejarah dengan menggunakan cara, prosedur, atau teknik yang sistematis sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan ilmu sejarah. Metode ini juga dikenal dengan sebutan "metode kritik sumber" atau "metode penelitian dokumen". Metode sejarah melibatkan serangkaian langkah dan teknik untuk menguji otentisitas (keaslian) informasi (Zed, 1999). Kuntowijoyo mengidentifikasi lima tahapan dalam metode penelitian sejarah, yaitu pemilihan topik, pengumpulan sumber, verifikasi (kritik terhadap sumber dan validitasnya), interpretasi (analisis dan sintesis), serta penulisan (Kuntowijoyo, 2018). Tahapan yang akan dijalankan dalam penelitian ini meliputi Heuristik, Kritik Sumber, Interpretasi, dan Historiografi. Tahap pertama adalah Heuristik, yang melibatkan penemuan dan pengumpulan sumber, informasi, dan jejak masa lampau (Herlina, 2020). Salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan sumber primer dan sekunder adalah melalui studi pustaka dan pengumpulan data lapangan. Sumber data dapat berupa arsip, foto, dokumen, dan lainnya yang relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, pengumpulan sumber dilakukan melalui perolehan arsip pribadi seperti Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kota Sungai Penuh pada tahun 2013, tanda daftar perusahaan dari Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu, dan Tenaga Kerja Kota Sungai Penuh pada tahun 2017, Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL) dari Dinas Lingkungan Hidup Kota Sungai Penuh pada tahun 2017, surat izin tempat usaha dari Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu, dan Tenaga Kerja Kota Sungai Penuh pada tahun 2018, piagam penghargaan dari kegiatan lomba penilaian kualitas dan produktivitas tingkat provinsi Jambi pada tahun 2018 dalam kategori usaha kecil, sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jambi pada tahun 2019, sertifikat merek usaha dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, pembukuan usaha perusahaan, dan koran-koran yang berisi tentang Kopi Nur. Selain pencarian sumber primer, studi kepustakaan juga dilakukan di Perpustakaan Daerah Kota Sungai Penuh, Perpustakaan Universitas Andalas, dan Pustaka Fakultas Ilmu Budaya. Selain itu, wawancara akan dilakukan dengan pegawai dan masyarakat setempat yang berhubungan dengan industri Kopi Nur. Tahap kedua adalah Kritik Sumber, yang melibatkan analisis kritis terhadap sumber, informasi, dan jejak masa lampau. Tahap ini mencakup kritik eksternal dan kritik internal (Herlina, 2020). Semua sumber akan mengalami proses kritik untuk

memastikan keabsahan dan validitas data yang diperoleh. Tahap ketiga adalah interpretasi, yang melibatkan penafsiran fakta-fakta dan pengembangan makna serta hubungan antara fakta-fakta yang ada. Tahap keempat adalah Historiografi, yang melibatkan penulisan setelah rangkaian penelitian selesai. Kronologi sangat penting dalam penulisan sejarah (Kuntowijoyo, 2018).

PEMBAHASAN

Industri kopi yang dijalani oleh keluarga Nurcaya ternyata sudah ada jauh sebelum beliau lahir. Ibunda Nurcaya, yakni Darijamsani, telah lebih awal terlibat dalam mengelola dan menjual kopi. Pembuatan dan penjualan kopi bubuk ini rupanya telah menjadi tradisi keluarga turun temurun dari Darijamsani. Darijamsani, yang berasal dari Sumatera Barat, tepatnya Bukittinggi, memiliki garis keturunan Minangkabau. Keluarga Darijamsani di Bukittinggi tidak hanya terlibat dalam pembuatan kopi bubuk, tetapi juga memiliki usaha warung kopi (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Bukittinggi pernah menjadi Ibukota Negara Indonesia dan dikenal sebagai kota dengan objek wisata yang menarik. Kota ini juga terkenal dengan kopi khasnya (Fadilla, 2019). Kelurahan Bukik Apik Puhun dan Kecamatan Guguk Panjang adalah daerah di Bukittinggi yang memiliki industri pengolahan kopi bubuk yang cukup banyak (Rabani, 2020). Ketika VOC menerapkan sistem tanam paksa di Sumatera Barat, kopi menjadi salah satu komoditas unggulan yang dipilih. Sistem ini melibatkan mobilisasi ekonomi melalui alat birokrasi pemerintah (Suryani, Zed, & Hardi, 2019).

Pada tahun 1943, saat Jepang menduduki Sumatera Barat, Darijamsani bersama suaminya, Ilyas St. Bandaro, dan ketiga anak mereka memutuskan untuk merantau ke Kabupaten Kerinci (Marta, 2014). Mereka melakukan perjalanan dari Bukittinggi ke Kecamatan Siulak, Kabupaten Kerinci, menggunakan pedati. Di Kecamatan Siulak, Darijamsani mulai menjalankan usaha pembuatan kopi dengan mengikuti resep turun temurun dari keluarga di Bukittinggi. Sebelum merantau, Darijamsani telah menjual kopi bubuk di Bukittinggi dengan produksi sederhana dan menjualnya secara keliling menggunakan sepeda. Ini merupakan kelanjutan dari usaha keluarga Darijamsani di Bukittinggi. Penjualan kopi bubuk di Bukittinggi memiliki alasan, karena pada masa itu minuman kopi banyak diminati (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Proses pengolahan kopi yang dilakukan oleh Darijamsani dan Ilyas St. Bandaro masih bersifat sederhana dan tradisional. Proses penyangraian kopi dilakukan dengan menggunakan tong besar yang diputar terus untuk memastikan kopi matang merata. Proses penumbukan kopi mengandalkan energi air dari kincir air untuk menghancurkan kopi di dalam lesung. Pada masa ini, belum ada penggunaan mesin seperti yang diadopsi oleh Nurcaya kemudian. Pengemasan kopi masih menggunakan *karisiak*, yaitu daun pisang yang dikeringkan dan dibentuk menjadi kemasan kopi. Biasanya, kopi dibungkus saat ada pembeli. Penjualan kopi pada masa Darijamsani dan Ilyas St. Bandaro masih berlangsung secara konvensional. Produk kopi dijual di pasar-pasar di wilayah Siulak dan Sungai Penuh, dengan perjalanan menggunakan pedati. Setelah beberapa tahun menetap di Kecamatan Siulak, Darijamsani dan Ilyas St. Bandaro akhirnya menetap dan berjualan di Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Menurut wawancara dengan Nurcaya, Darijamsani berjualan setiap hari Selasa di Pasar Kecamatan Siulak. Selain itu, dia juga menjual kopi di rumahnya. Di hari-hari selain Selasa, Darijamsani berjualan di pasar Kota Sungai Penuh yang berjarak sekitar 13 kilometer dari Kecamatan Siulak. Darijamsani dan suaminya menggunakan pedati untuk mengangkut barang dagangan (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023)

Kopi Nur Era Nurcaya Tahun 1984-2015

Industri Kopi Nur adalah hasil dari perkembangan usaha turun-temurun dalam keluarga. Sejak menginjak usia remaja (kisaran belasan tahun), Nurcaya mulai membantu orang tuanya dalam mengelola dan menjual kopi bubuk. Kopi bubuk yang dijual oleh Nurcaya pada masa muda ini belum memiliki *merk* (*brand*) sama sekali. Sebelum Nurcaya memutuskan untuk membangun rumah tangga bersama suaminya, yaitu Atin St. Rajo Medan, Nurcaya selalu setia membantu Darijamsani dalam berjualan kopi di Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Nurcaya bukan satu-satunya keturunan Darijamsani yang merintis dan melanjutkan usaha kopi milik keluarganya. Pada tahun 1950, Nurlela yang merupakan kakak kedua Nurcaya sudah lebih dulu memulai usaha kopi. Setelah Nurlela merintis usaha kopi miliknya, Nurcaya terus membantu Darijamsani, sehingga Nurcaya dipercayakan oleh Ibundanya untuk melanjutkan usaha milik keluarganya. Alasan Nurcaya dipilih untuk meneruskan usaha keluarganya tersebut

adalah karena kakak Nurcaya sudah memiliki usaha kopi sendiri dan Darijamsani sudah terlalu tua untuk melanjutkan usaha tersebut (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Pada tahun 1959, Nurcaya menikah dengan Atin St. Rajo Medan. Setelah menikah, Nurcaya mulai merintis usaha pengolahan kopi bersama suaminya. Berlokasi di Jl. Prof. M. Yamin SH. Sungai Penuh, Nurcaya mulai berjualan kopi. Pada awal merintis usaha turun-temurun dari keluarganya, kopi yang diproduksi oleh Nurcaya masih mempertahankan unsur tradisional. Nurcaya memiliki tekad kuat untuk meneruskan usaha keluarga yang telah berjalan selama puluhan tahun dengan mempertahankan resep aslinya.

Perkembangan Industri Kopi Nur Pada Masa Nurcaya

Usaha pengolahan kopi merupakan peluang bisnis yang menjanjikan bagi pelaku ekonomi. Minat terhadap kopi sangat tinggi, dan produksi biji kopi yang melimpah di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh telah mendorong tumbuhnya industri kopi di Kota Sungai Penuh. Pada tahun 1984, Nurcaya dan Atin St. Rajo Medan mulai meneruskan usaha kopi bubuk. Pada saat itu, kopi yang mereka produksi masih belum memiliki merek dagang, hanya dalam bentuk kopi bubuk biasa tanpa kemasan khusus. Guna membedakan produk Kopi Nur dari jenis kopi bubuk lainnya, pada tahun yang sama, merek "Nur" diperkenalkan. Merek ini diambil dari nama Nurcaya sebagai pemiliknya. "Nur" berarti Cahaya dalam bahasa Arab, melambangkan harapan bahwa nama "Nur" akan membawa usaha kopi miliknya menjadi bisnis kopi yang berkualitas, bersinar, dan diridai oleh Tuhan Yang Maha Esa. Modal awal yang diinvestasikan oleh Nurcaya dan suaminya, Atin St. Rajo Medan, dalam membuka usaha kopi pada tahun 1984 tidak dapat dipastikan dengan pasti. Namun, pada tahun tersebut, Nurcaya sudah mulai membeli mesin pengipas kopi yang bertujuan untuk membersihkan kopi dari ampas, abu, dan kotoran yang menempel pada biji kopi. Biji kopi yang dijadikan bahan baku juga merupakan Kopi Robusta yang dibeli oleh Nurcaya dari petani dan tengkulak di sekitar Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022). Berdasarkan wawancara dengan Enpandi, yang merupakan pemasok kopi, Kopi Robusta dipilih karena merupakan jenis kopi yang paling banyak ditanam di daerah Kerinci dan Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Enpandi, 22 Februari 2023). Karakteristik khas Kopi Robusta meliputi rasa yang lebih pahit daripada jenis kopi lainnya, sedikit keasaman yang lebih terasa, serta kandungan kafein yang lebih tinggi.

Proses produksi kopi bubuk yang dilakukan oleh Nurcaya masih mempertahankan resep asli dari Ibundanya. Pada masa awal membangun usaha, semua bahan dan langkah-langkah pembuatan kopi tidak mengalami perubahan, kecuali pada tahapan pengipasan biji kopi, di mana Nurcaya sudah mulai menggunakan bantuan mesin pengipas. Nurcaya sangat berhati-hati dalam memproduksi kopi bubuk, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas kopi yang telah diracik oleh Darijamsani. Upaya ini tidak hanya untuk mempertahankan kualitas, tetapi juga untuk menjaga minat konsumen terhadap kopi yang dijualnya (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023). Ada beberapa tahapan yang harus diikuti dalam memproduksi Kopi Nur. Tahap pertama adalah melakukan penjemuran pada biji kopi yang dijadikan sebagai bahan baku. Pada tahun 1984, Nurcaya dan suaminya sendiri yang bertanggung jawab untuk menjemur biji kopi yang telah dibeli dari pedagang kopi mentah di daerah Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh. Proses penjemuran biji kopi ini dilakukan oleh Nurcaya di halaman rumahnya. Biji kopi dijemur selama kurang lebih 5-6 jam dalam sehari untuk mengurangi kadar air yang terkandung dalam biji kopi tersebut. Biji kopi yang sedang dijemur ini harus sering di-balik agar proses pengeringan dapat berlangsung secara merata (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Setelah biji kopi selesai dijemur, langkah selanjutnya adalah membersihkan biji kopi dari kotoran yang menempel seperti debu atau kulit kopi yang masih menempel. Setelah tahap pembersihan selesai, biji kopi kemudian akan melalui tahap penyangraian, memanggang, *marandang* atau *roasting*. Tahap ini dilakukan untuk memasak biji kopi. Alat yang digunakan untuk menyangrai biji kopi adalah semacam tong atau drum besi yang diletakkan di atas tungku. Kayu yang digunakan untuk menyangrai kopi adalah kayu kulit manis yang memberikan efek panas yang stabil pada proses pemanggangan biji kopi serta memberikan aroma khas pada biji kopi (Wawancara dengan Hendri, 9 Februari 2023). Saat proses penyangraian berlangsung, tong atau drum besi yang berisi kopi harus terus diputar agar proses pemanggangan berjalan merata. Drum besi harus diputar secara bergantian arah agar kopi tidak hangus. Proses pemanggangan kopi ini memerlukan keahlian khusus dan para pekerja harus tahan terhadap panas yang dihasilkan oleh proses pembakaran kayu. Durasi pemanggangan kopi juga tidak sebentar. Setelah proses pemanggangan selesai, langkah selanjutnya adalah pendinginan biji kopi. Biji kopi yang telah dipanggang tidak bisa langsung digiling, melainkan harus menjalani proses pendinginan terlebih dahulu (Wawancara dengan Hendri, 9 Februari 2023).

Tahap berikutnya setelah proses pendinginan adalah pengipasan biji kopi yang telah dipanggang. Proses pengipasan bertujuan untuk memisahkan kulit ari, ampas, atau kotoran dari biji kopi yang telah dipanggang. Pada tahun 1984, Nurcaya telah menggunakan mesin pengipas yang memudahkan proses pengipasan dan pemisahan ampas pada biji kopi. Dengan demikian, biji kopi yang dihasilkan akan lebih bersih dari kotoran yang menempel karena telah melalui proses penyangraian dan pendinginan (Milyani, 2021). Setelah melalui proses pengipasan, biji kopi baru dapat ditumbuk. Pada tahun 1984, penumbukan biji kopi masih menggunakan alu atau lesung kayu yang digerakkan dengan tenaga kincir air. Setelah hampir 26 tahun menggunakan metode tradisional, Nurcaya mulai menggunakan mesin penggiling pada tahun 2010. Namun, pada tahun tersebut, penggunaan alu atau lesung kayu juga masih dipertahankan bersamaan dengan penggilingan menggunakan mesin (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Alu atau lesung yang digunakan untuk menumbuk kopi terbuat dari kayu dan dioperasikan dengan bantuan kincir air. Para pekerja selalu waspada terhadap biji kopi yang sedang ditumbuk untuk memastikan kualitas hasil tumbukan. Setelah biji kopi siap diayak, pekerja tersebut akan memindahkan kopi yang ada di dalam alu atau lesung ke dalam saringan atau ayakan kopi. Hasil dari penumbukan dengan alu dan hasil penggilingan dengan mesin dicampur agar aroma dan rasa kopi tetap konsisten dari waktu ke waktu. Mesin penggiling diperkenalkan guna mempercepat proses penggilingan kopi dan memudahkan para pekerja dalam melaksanakan tugasnya. Dengan volume produksi yang semakin besar dan permintaan yang terus meningkat, penggunaan mesin sangat diperlukan (Efdison, 2022).

Setelah biji kopi yang sudah matang ditumbuk, langkah terakhir dalam proses pengolahan kopi bubuk adalah pengayakan. Pengayakan dilakukan untuk memisahkan partikel-partikel yang lebih besar dan lebih kecil dengan menggunakan saringan atau ayakan (Sateria et al., 2019). Tujuannya adalah mendapatkan partikel kopi dengan ukuran yang beragam. Partikel yang lebih halus akan digunakan, sedangkan yang lebih kasar akan diolah kembali melalui penumbukan agar mendapatkan hasil akhir yang halus. Langkah terakhir yang dilakukan adalah pengemasan. Pada awal usaha kopi bubuk sekitar tahun 1984, Nurcaya menggunakan *karisiak* atau daun pisang kering sebagai kemasan. Pergantian kemasan menjadi kertas koran terjadi pada tahun 1990-an karena semakin sulitnya mendapatkan daun pisang kering dalam jumlah yang cukup. Gambar di bawah ini menggambarkan kemasan kertas koran berbentuk kerucut (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Setelah beberapa tahun menggunakan kertas koran, pada tahun 2000-an, kemasan berubah lagi menjadi kemasan berbahan kertas kacang. Kertas kacang adalah jenis kertas coklat yang biasanya lebih tipis daripada kertas HVS. Kertas ini umumnya digunakan sebagai sampul buku atau bungkus kado. Kertas kacang yang digunakan untuk mengemas Kopi Nur tidak hanya kertas biasa, melainkan disablon dengan *merk* Nur. Hal ini dilakukan agar produk Kopi Nur dapat dikenali melalui *merk* yang tertera pada kemasan (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Pengemasan pada kertas kacang masih dilakukan secara manual dengan melibatkan tenaga manusia, tanpa penggunaan mesin. Pengemasan dilaksanakan menggunakan alat sederhana berbahan kayu yang telah diukur agar mempermudah pekerja dalam mengemas kopi. Prosedur pengemasan pada kertas kacang adalah sebagai berikut: Pertama, kemasan kertas kacang dimasukkan ke dalam cetakan. Kemudian, karyawan mulai mengisinya dengan kopi hingga penuh, diikuti dengan pemadatan menggunakan alat kayu yang tersedia untuk memastikan kemasan terisi penuh oleh kopi. Alat ini dirancang khusus untuk mengurangi ketergantungan pada timbangan, sehingga mempermudah dan menghemat waktu pekerja dalam proses pembungkusan kopi. Penggunaan kemasan berbahan kertas kacang ini bertahan hingga tahun 2015, hingga akhir masa kepemimpinan Nurcaya (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Secara garis besar, produksi Kopi Nur melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama adalah penjemuran biji kopi, tahap kedua melibatkan pengipasan biji kopi untuk memisahkan dari kotoran dan kulit ari, tahap ketiga adalah penyangraian biji kopi, tahap keempat adalah pendinginan biji kopi dengan cara menjemur di atas alas, tahap kelima melibatkan pengipasan kembali untuk memisahkan biji kopi dan ampas, tahap keenam adalah penumbukan biji kopi, tahap ketujuh mencakup pengayakan bubuk kopi, dan tahap kedelapan adalah pengemasan bubuk kopi seperti yang telah dijelaskan dalam beberapa paragraf sebelumnya.

Dalam perkembangannya, penjualan Kopi Nur semakin meningkat. Ada beberapa hal yang menarik konsumen untuk membeli produk Kopi Nur. Atribut-atribut yang menarik perhatian dan dianggap menarik oleh pembeli termasuk harga dan rasa Kopi Nur. Atribut rasa yang menonjol menandakan bahwa produsen Kopi Nur mampu menghasilkan kopi dengan cita rasa khas dibandingkan dengan merek lain. Selain itu, atribut harga juga menjadi daya tarik bagi

pembeli. Dalam survei yang dilakukan, sebagian besar pembeli menyatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh produsen Kopi Nur sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan. Oleh karena itu, harga tersebut tidak menjadi penghalang bagi para pecinta Kopi Nur (Sauki, 2020).

Industri Kopi Nur telah memperoleh izin usaha perdagangan dari Dinas Perindustrian dengan Nomor 207/05-05/PK/V/NAS. Surat izin usaha ini diajukan pada tahun 1984, pada saat Nurcaya mendirikan usaha kopi. Selain Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Kopi Nur juga mendaftarkan surat tanda pendaftaran industri kecil pada tahun 1990 dengan nomor 521/IK/05/IX/1990. Industri Kopi Nur juga telah terdaftar di Departemen Kesehatan Republik Indonesia dengan nomor Sp 002/0540/90 (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Tenaga Kerja

Proses produksi dan pengolahan kopi tidak memerlukan keahlian khusus atau pendidikan khusus, kecuali pada tugas tenaga kerja yang bertugas *marandang* atau menyangrai kopi, sehingga semua orang bisa menjadi karyawan pada usaha kopi bubuk Nur ini. Pada awal merintis dan melanjutkan usaha keluarga pada tahun 1984, Nurcaya hanya dibantu suaminya saja dalam membuat dan memproduksi kopi bubuk karena masih dalam tingkatan kecil. Pada tahun 1985, Nurcaya mulai mendapatkan bantuan dari tenaga kerja (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022). Berdasarkan wawancara dengan salah satu tenaga kerja Kopi Nur, yaitu Supiarman, pria kelahiran Sungai Penuh tahun 1972 ini sudah bekerja di Kopi Nur pada tahun 1985 saat usianya menginjak 13 tahun. Pada tahun tersebut, jumlah tenaga kerja yang bekerja di Kopi Nur ada sebanyak 8 (delapan) orang. Menurut penuturan Supiarman, jumlah tenaga kerja pada Kopi Nur sampai tahun 2000-an tidak pernah lebih dari 10 orang tenaga kerja (Wawancara dengan Supiarman, 31 Maret 2023).

Tabel 1. *Daftar Tenaga Kerja Kopi Nur Tahun 1985*

No.	Nama Tenaga Kerja
1	Supiarman
2	Zian
3	Si Et
4	Wawan
5	Awung
6	Edi
7	Si Ad
8	Herman

Sumber: Diolah berdasarkan Wawancara dengan Supiarman (tenaga kerja Kopi Nur pada tahun 1985), di Koto Tinggi Kota Sungai Penuh, 31 Maret 2023.

Penggunaan tenaga kerja atau karyawan di industri kopi Nur ini disebabkan oleh peningkatan jumlah produksi dan peminat Kopi Nur. Pada tahun 1984-an, produksi kopi yang awalnya hanya dalam skala kecil, kini mengalami peningkatan yang pesat. Awalnya, Nurcaya hanya mampu membuat kopi bubuk sekitar 50 kilogram per hari, namun produksi meningkat pesat sehingga pada tahun 1985, Nurcaya mampu memproduksi kopi dalam jumlah 100-150 kilogram setiap harinya. Kemudian, pada tahun-tahun berikutnya, Kopi Nur dapat memproduksi kopi harian antara 100 hingga 300 kilogram.

Tabel 2. *Upah Tenaga Kerja/Karyawan Kopi Nur Tahun 1985 Sampai 2015*

No.	Pekerjaan	Jam Kerja	Upah Tahun 1985 (Rp)	Upah Tahun 1995 (Rp)	Upah Tahun 2010 (Rp)	Upah Tahun 2015 (Rp)
1	*Marandang*	Dihitung per tong kopi yang dirandang	1.500	7.500	45.000	60.000
2	Membungkus/Hari	08.00-17.00	1.500	7.500	50.000	70.000
3	Jaga toko/Hari	08.00-17.00	-	-	80.000	

Sumber: Diolah berdasarkan Wawancara dengan Supiarman (tenaga kerja Kopi Nur pada tahun 1985), dan Anto (tenaga kerja Kopi Nur pada tahun 1995), di Koto Tinggi Kota Sungai Penuh, 31 Maret 2023. Keterangan: Upah ataupun gaji tenaga kerja berubah setiap tahun tergantung produksi kopi dan keadaan usaha kopi pada tahun terkait. Gaji disesuaikan dengan pekerjaan masing-masing tenaga kerja.

Tabel di atas menunjukkan upah karyawan Kopi Nur dari tahun 2000 hingga tahun 2015. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa upah tenaga kerja mengalami kenaikan dan penyesuaian dari tahun ke tahun. Pada rentang tahun

2000-2010, belum ada karyawan yang menjaga toko dikarenakan Nurcaya sendiri yang biasanya akan melayani pembeli di toko yang terletak di Pasar Tanjung Bajure Kota Sungai Penuh. Upah yang diberikan oleh Nurcaya tersebut belum termasuk dengan uang makan. Nurcaya memberi uang untuk dua kali makan, yaitu sarapan dan makan siang. Uang makan tersebut akan diberikan sesuai dengan harga nasi bungkus yang dijual di rumah makan yang ada di Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Anto, 31 Maret 2023). Nurcaya mengakhiri perannya sebagai pengusaha di industri Kopi Nur pada tahun 2015. Pada waktu itu, pengelolaan pabrik dan toko diambil alih oleh anak bungsu Nurcaya, yaitu Zefri Efdison. Nurcaya memutuskan untuk pensiun karena usianya yang sudah tidak muda lagi untuk mengurus segala urusan pabrik dan toko (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial di mana perorangan atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui pertukaran produk barang atau jasa. Tujuan dari pemasaran adalah untuk mendapatkan pangsa pasar dengan menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen (Putri, 2017). Pada tahun 1984, setiap harinya Nurcaya memasarkan kopi yang diproduksinya ke pasar yang berada di sekitar Kota Sungai Penuh. Nurcaya membawa kopi menggunakan rangsang. Rangsang adalah suatu wadah yang hampir mirip dengan dandang, tetapi ukurannya lebih lebar dan besar. Biasanya pedagang kopi akan meletakkan rangsang di depan dagangannya untuk menarik pembeli dan menunjukkan bahwa ia menjual kopi. Pada tahun 1985, permintaan dari pasar mulai meningkat, sehingga Nurcaya mulai membuka toko di pasar Tanjung Bajure. Cara pemasaran yang dilakukan di toko masih sama dengan cara pemasaran di pasar-pasar seperti sebelumnya. Belum ada sistem promosi yang signifikan, hanya promosi dari mulut ke mulut. Meskipun hanya melalui metode ini, minat terhadap Kopi Nur sangat meningkat (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Tabel 3. *Daftar Ukuran dan Harga Kemasan Kopi Nur Menggunakan Kertas Kacang Tahun 1995-2015*

No.	Ukuran Kemasan	Harga Tahun 1995 (Rp)	Harga Tahun 2010 (Rp)	Harga Tahun 2015 (Rp)
1	100 gram	2.500	4.000	4.500
2	250 gram	6.250	10.000	12.000
3	500 gram	12.500	20.000	22.500

Sumber: Diolah berdasarkan Wawancara Anto (tenaga kerja Kopi Nur pada tahun 1995), di Koto Tinggi Kota Sungai Penuh, 31 Maret 2023.

Sejak tahun 1985 hingga 2015, Kopi Nur mengalami peningkatan permintaan yang pesat. Hal ini didukung oleh fakta bahwa Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh merupakan wilayah dengan daya tarik pariwisata yang besar, yang memberikan peluang besar untuk memasarkan Kopi Nur di gerai atau toko oleh-oleh yang terletak di Kota Sungai Penuh, perbatasan Kabupaten Kerinci dengan Kabupaten Merangin, serta perbatasan Kabupaten Kerinci dengan Sumatera Barat (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022). Menurut penuturan Nurcaya, kenaikan harga Kopi Nur tergantung pada biaya produksi kopi. Jika harga bahan baku naik tajam, maka ini juga akan berdampak pada harga jual kopi di pasaran. Meskipun ada perubahan harga, kualitas Kopi Nur tetap dipertahankan karena produk ini selalu mengedepankan cita rasa kopi otentik dan tradisional, sebagaimana saat pertama kali diproduksi pada tahun 1984 (Wawancara dengan Nurcaya, 9 Februari 2023).

Zefri Efdison Melanjutkan Usaha Kopi Nur Tahun 2015-2019

Zefri Efdison adalah anak bungsu dari empat bersaudara. Ia lahir pada tahun 1973 di Kota Sungai Penuh. Setelah lulus SMA pada tahun 1991, Zefri Efdison melanjutkan pendidikannya ke Universitas Putra Indonesia YPTK di Kota Padang dan juga menempuh pendidikan Magister di Universitas Gadjah Mada jurusan Magister Manajemen. Setelah menyelesaikan studinya, pada tahun 2004 Zefri Efdison menjadi dosen dan mulai mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci (STIE-SAK) yang berlokasi di Kota Sungai Penuh. Selain menjadi dosen dan pemilik Kopi Nur, Zefri Efdison juga memiliki usaha lain yaitu LP3N (Lembaga Pelatihan) yang terletak di Kecamatan Pondok Tinggi, Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Zefri Efdison memiliki tiga saudara lainnya, yaitu Irwan Efendi yang tertua, Ernawati sebagai kakak kedua, dan Fitria sebagai kakak ketiga. Kedua kakak perempuan Zefri Efdison tidak berniat melanjutkan usaha orang tua mereka. Ernawati, anak kedua dari Nurcaya, memilih membuka bisnis toko emas "Arafah" di Kota Sungai Penuh, sementara Fitria, anak ketiga Nurcaya, memilih merantau dan mengelola usaha SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) di

Kota Pekanbaru. Zefri Efdison dan Irwan Efendi adalah yang tetap berkomitmen untuk melanjutkan usaha keluarga. Zefri Efdison berupaya mempertahankan resep asli dan daya tarik pelanggan terhadap Kopi Nur. Irwan Efendi, di sisi lain, memilih membuka dan mengembangkan usaha kopi miliknya sendiri dengan *merk* dagang "Kopi Nur Produksi H. Fen" pada tahun 2003. Setelah Irwan Effendi meninggal dunia, usaha ini dilanjutkan oleh istrinya. Ada perbedaan antara Kopi Nur produksi Nurcaya dan produksi Irwan Efendi, terutama dalam hal biji kopi yang digunakan. Kopi Nur produksi Nurcaya menggunakan biji kopi Robusta, sementara produksi Irwan Efendi menggunakan biji kopi Arabika. Menurut Zefri Efdison dan Nurcaya, formula yang digunakan pada kedua produk tersebut sangat berbeda (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Zefri Efdison mengambil alih industri Kopi Nur setelah sekitar 31 tahun dikelola oleh Nurcaya. Karena usia Nurcaya yang semakin lanjut dan kurangnya tenaga untuk mengawasi secara langsung proses pembuatan Kopi Nur, sang anak kemudian melangkah maju untuk membantu mengelola industri tersebut. Sebelum terlibat penuh dalam bisnis, Zefri Efdison juga memiliki pekerjaan dan usaha lain sebagai dosen dan pemilik tempat kursus. Biasanya, Zefri Efdison akan meluangkan waktunya pada siang hari menjelang sore untuk mengawasi produksi kopi di hari itu (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Perkembangan Industri Kopi oleh Zefri Efdison

Pada tahun 2015, Zefri Efdison mulai membantu Nurcaya dalam mengelola industri Kopi Nur. Pada masa ini, Zefri Efdison mulai mencari inovasi dan kreativitas untuk mengembangkan industri Kopi Nur yang merupakan milik keluarganya. Zefri Efdison mulai mengembangkan promosi melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dengan latar belakang pendidikan pada Magister Manajemen, Zefri Efdison mulai mengubah cara pengaturan penjualan agar penjualan dapat tercatat setiap harinya sehingga keuntungan dan pengeluaran modal dapat dihitung dengan jelas. Penghitungan dan pencatatan ini dilakukan secara manual oleh pegawai yang biasanya menjaga toko. Biasanya, pencatatan penjualan dihitung berdasarkan berat kemasan yang terjual (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Pada tahun yang sama, yaitu 2015, Zefri Efdison mulai membuka cabang toko (outlet) Kopi Nur di Jalan Pancasila No. 25 Rt. 04 Lawang Agung, Kota Sungai Penuh. *Outlet* merupakan tempat usaha dalam skala kecil yang menjual barang atau produk tertentu, atau barang khusus yang tidak tersedia di toko pusat. Toko pusat Kopi Nur di pasar Tanjung Bajure Kota Sungai Penuh biasanya hanya menjual produk kopi bubuk dengan kemasan kertas kacang, tetapi di *outlet* Kopi Nur, pelanggan bisa menemukan produk lain selain kopi bubuk yang umumnya dijual di pasar. *Outlet* Kopi Nur di kelola sendiri oleh Zefri Efdison sedangkan toko pusat Kopi Nur dijaga oleh tenaga kerja berjumlah dua orang. Toko pusat Kopi Nur ini masih berbentuk ruko sederhana dengan ciri khas bangunan masa Orde Baru, dengan rangsang yang ditempatkan di depan toko sebagai penanda bahwa toko tersebut menjual kopi, sedangkan *outlet* Kopi Nur sudah lebih modern (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Produksi Kopi Nur pada tahun 2017 mengalami perkembangan. Pada tahun ini, Kopi Nur mulai mengeluarkan produk baru yaitu menjual kopi yang masih berbentuk biji kopi butiran yang telah disangrai tanpa melalui proses penumbukan atau penggilingan. Pada tahun yang sama, yaitu 2017, Kopi Nur menggunakan kemasan *standing pouch* dengan sistem pengunci *zip lock* untuk mengemas produk kopi bubuknya. Beberapa produk lain yang juga dijual di *outlet* Kopi Nur meliputi kopi butiran, jenis kopi bubuk Arabica, dan parfum kopi untuk mobil. Selain produk, kemasan kopi yang berada di outlet juga berbeda dengan kemasan kopi yang ada di toko pusat di pasar. Kemasan yang digunakan untuk membungkus kopi sudah mulai menggunakan kemasan modern seperti *standing pouch* dan juga kemasan yang terbuat dari kotak yang didesain khusus dengan gambar Nurcaya dan klaim asli dari Kopi Nur (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Kemasan harus memenuhi dua syarat, yang pertama harus memiliki fungsi untuk melindungi produk, lalu yang kedua harus memiliki daya tarik visual atau biasa disebut dengan estetika (Tanrifaisal, Natadjaja, & Febriani, 2019). Kemasan juga merupakan salah satu faktor daya tarik bagi konsumen dalam pembelian produk kopi. Kemasan dapat menciptakan citra atau pandangan bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Berikut adalah gambar produk yang dijual di outlet Kopi Nur.

Selain melakukan inovasi untuk kemajuan Kopi Nur, Zefri Efdison juga gemar mengikuti kegiatan yang dapat mendukung popularitas Kopi Nur di dalam maupun di luar daerah Kota Sungai Penuh. Pada tahun 2017, Kopi Nur mengikuti Pameran Kopi di Bandung. Setelah pameran kopi di Bandung ini, Zefri Efdison mulai menggunakan kemasan

zip lock seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Zefri Efdison juga sering mengikutsertakan Kopi Nur dalam bidang pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022). Pada tahun 2018, Kopi Nur muncul sebagai pemenang terbaik kedua dalam penilaian kualitas dan produktivitas tingkat Provinsi Jambi untuk kategori usaha kecil. Kopi Nur mendapatkan piagam penghargaan Siddhakarya dan juga piala sebagai bentuk apresiasi dari Gubernur Provinsi Jambi. Prestasi ini semakin memotivasi Zefri Efdison dalam membangun usaha Kopi Nur.

Pada periode 2017 hingga 2019, tingkat produksi kopi meningkat. Kopi Nur mampu memproduksi kopi bubuk sebanyak 300 kilogram per hari. Kopi yang telah ditumbuk langsung dikemas dan dibawa ke toko dan *outlet* dalam bentuk kemasan takar sebesar 100 gram, 250 gram, dan 500 gram (Wawancara dengan Hendri, 9 Februari 2023). Berikut adalah harga Kopi Nur per kemasan.

Tabel 4. *Daftar Ukuran dan Harga Kemasan Kopi Nur Menggunakan Kertas Kacang Tahun 2015-2019*

No.	Ukuran Kemasan	Harga Tahun 2015 (Rp)	Harga Tahun 2019 (Rp)
1	100 gram	4,500	5,000
2	250 gram	12,000	12,500
3	500 gram	22,500	25,000

Sumber: Wawancara dengan Hendri (tenaga kerja Kopi Nur) di Kota Sungai Penuh, 9 Februari 2023.

Menurut Enpandi, selaku pemasok bahan baku kopi untuk industri Kopi Nur, biasanya Zefri Efdison memesan kopi dalam jangka waktu satu minggu sekali. Dalam setiap pesanan, industri Kopi Nur dapat memesan kopi mentah sebanyak 1,5 ton dengan harga per kilo berada dalam kisaran Rp 20.000,- jika harga kopi sedang turun, dan paling tinggi berkisar Rp 28.000,- per kilo untuk kopi mentah (Wawancara dengan Enpandi, 22 Februari 2023).

Setelah mendapatkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan surat tanda pendaftaran industri kecil pada masa Nurcaya, pada tahun 2017 industri Kopi Nur juga mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia dengan nomor 29120011260717. Disusul oleh izin edar pangan olahan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada bulan April 2019 untuk industri Kopi Nur (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Tenaga Kerja

Tenaga kerja pada industri Kopi Nur rata-rata merupakan pekerja laki-laki dengan rentang usia 25 tahun ke atas yang berdomisili di Kota Sungai Penuh. Pada awal merintis usaha kopi, tenaga kerja atau karyawan Kopi Nur masih bersifat keluarga saja. Setelah penjualan meningkat, tenaga kerja direkrut untuk membantu proses produksi kopi tersebut. Pada masa Zefri Efdison, jumlah tenaga kerja mulai bertambah dan terjadi pembagian pekerjaan (Wawancara dengan Yusrizal, 9 Februari 2023). Kopi Nur termasuk dalam industri kecil menengah, hal ini ditegaskan oleh pemilik Kopi Nur, yaitu Zefri Efdison. Karakteristik yang membuat Kopi Nur masuk ke dalam industri kecil menengah adalah jumlah tenaga kerjanya. Pada masa Zefri Efdison, terdapat 12 orang karyawan. Tenaga kerja ini memiliki tugas yang beragam sesuai dengan keahlian masing-masing. Pembagian pekerjaan mencakup tugas *marandang*, membungkus, dan menjaga toko (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Tabel 5. *Daftar Nama Tenaga Kerja Kopi Nur tahun 2019*

No.	Nama	Pekerjaan
1	Redo	*Marandang*
2	David	*Marandang*
3	Ucok	*Marandang*
4	Anton	Membungkus
5	Reno	Membungkus
6	Yusrizal	Membungkus
7	Hendri	Membungkus
8	Lukman	Membungkus
9	Delon	Membungkus
10	Sandi	Membungkus
11	Dela	Penjaga Toko
12	Fadel	Penjaga Toko

Sumber: Wawancara dengan Hendri (tenaga kerja Kopi Nur) di Kota Sungai Penuh, 9 Februari 2023.

Tabel di atas menunjukkan nama-nama tenaga kerja industri Kopi Nur yang bekerja hingga tahun 2019. Dapat dilihat bahwa terdapat pembagian tugas untuk setiap karyawan. Tiga orang bertugas *marandang*/*roasting* kopi, tujuh orang bertugas membungkus/*packing* kopi, dan dua orang bertugas menjaga toko. Meskipun telah ada pembagian pekerjaan, karyawan dapat saling membantu dalam proses seperti penjemuran atau pendinginan (Wawancara dengan Hendri, 9 Februari 2023).

Sistem upah (gaji) yang diberikan kepada tenaga kerja Kopi Nur menggunakan metode upah harian. Besar upah harian disesuaikan dengan jenis pekerjaan dan lamanya tenaga kerja menjalankan pekerjaan tersebut. Upah yang diterima karyawan Kopi Nur berbeda-beda tergantung pekerjaan yang dilakukan. Karyawan yang melakukan tugas *marandang* diberi upah sesuai jumlah tong kopi yang dirandang dalam sehari. Pekerjaan membungkus atau jaga toko dibayar per hari dengan jam kerja 8 jam. Besaran upah juga berubah dari tahun ke tahun (Rifa'i, 2022).

Tabel 6. *Upah Tenaga Kerja/Karyawan Kopi Nur Tahun 2015-2019*

No.	Pekerjaan	Jam Kerja (WIB)	Upah Tahun 2015 (Rp)	Upah Tahun 2017 (Rp)	Upah Tahun 2019 (Rp)
1	Marandang	Dihitung per tong kopi yang dirandang	60.000	65.000	70.000
2	Membungkus	08.00-17.00	70.000	80.000	100.000
3	Jaga toko	08.00-17.00	80.000	90.000	120.000

Sumber: Diolah berdasarkan Wawancara dengan Yusrizal dan Hendri (tenaga kerja Kopi Nur pada tahun 2015) di Kota Sungai Penuh, 9 Februari 2023. Keterangan: Upah atau gaji tenaga kerja berubah setiap tahun tergantung produksi kopi dan kondisi usaha pada tahun tersebut. Besaran upah disesuaikan dengan pekerjaan masing-masing tenaga kerja.

Dari tabel di atas, terlihat bahwa ada perbedaan upah di antara para karyawan Kopi Nur. Pekerjaan *marandang*, yang dihitung per tong kopi, dihargai lebih tinggi karena membutuhkan ketelitian dan melibatkan risiko tinggi karena kontak langsung dengan api. Para karyawan rata-rata bekerja 9 hingga 10 jam per hari dengan waktu istirahat 1 jam untuk makan siang dan sholat. Mereka juga diberi uang makan sebesar Rp20.000 per hari. Tenaga kerja Kopi Nur bekerja setiap hari kecuali pada hari-hari tertentu seperti hari raya atau saat bahan baku habis (Wawancara dengan Hendri, 9 Februari 2023). Menurut Dela, seorang karyawan yang menjaga toko, tidak ada perbedaan dalam pemberian gaji antara masa Nurcaya dan Zefri Efdison. Gaji ditentukan oleh jenis pekerjaan dan dinaikkan sesuai kebutuhan perusahaan. Tidak ada potongan gaji, namun tetap didasarkan pada hari kerja karyawan atau tenaga kerja (Wawancara dengan Dela Juwita, 22 Februari 2023).

Pemasaran Industri Kopi Nur

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan pada tahap proses penjualan barang ataupun jasa. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi (Mardia et al., 2021). Tujuan pemasaran adalah menjadi benang merah atau penghubung antara penjual dan pembeli. Melalui pemasaran, barang dapat terjual dan keuntungan dari usaha atau industri dapat bertambah.

Pada tahun 2015, Zefri Efdison mulai merancang sistem pemasaran yang menguntungkan bagi Industri Kopi Nur. Salah satu tindakan yang diambil oleh Zefri Efdison adalah menambah tenaga kerja yang bertugas melakukan promosi seperti sales dan menciptakan sistem pengantaran menggunakan sepeda motor. Namun, upaya untuk memperkerjakan sales tidak berlangsung lama karena pekerja tersebut mengundurkan diri, dan sejak saat itu belum ada lagi sales yang diperkerjakan oleh Zefri Efdison (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Setiap usaha pasti mengalami pasang surutnya masing-masing. Menurut Zefri Efdison, Kopi Nur juga pernah mengalami penurunan peminat akibat banyaknya industri kopi baru yang muncul. Persaingan usaha ini muncul karena faktor harga dan kemasan pada produk kopi lainnya, seperti kopi instan yang menggunakan plastik dilapisi dengan alumunium foil serta harga yang terjangkau untuk setiap *sachet* kemasan. Pada rentang tahun 2017 sampai 2018, pesaing Kopi Nur semakin bermunculan, terutama dengan adanya kopi instan yang beredar di pasaran pada tahun-tahun tersebut. Meskipun pada tahun 2016, Kopi Nur mengalami pertumbuhan penjualan, namun sejak tahun 2017 hingga 2018, penjualan mengalami penurunan (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Tabel 7. *Hasil Penjualan Kopi Nur Tahun 2016 Sampai Tahun 2018*

No.	Tahun	Produksi (Kg)	Hasil Penjualan (Rp)	Tingkat Pertumbuhan Penjualan (%)
1	2016	25.000	1.625.000.000	20,00
2	2017	30.000	1.950.000.000	16,66
3	2018	34.000	2.210.000.000	11,76

Sumber: Data Perusahaan.

Zefri Efdison juga memasarkan produknya melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook pada tahun 2016. Zefri Efdison berupaya meningkatkan penjualan kopi dengan memasarkan Kopi Nur di platform belanja online. Langkah ini dimulai oleh Zefri Efdison pada tahun 2018 dengan membuat akun di platform aplikasi jual beli online seperti Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia (Efdison, 2022). Akun media sosial yang dibuat oleh Zefri Efdison bertujuan mempermudah pembelian produk bagi peminat dan konsumen kopi yang berada jauh dari wilayah Kota Sungai Penuh. Kopi Nur diperdagangkan secara online sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain melalui platform jual beli online di Shopee, Kopi Nur juga melakukan promosi di akun Instagram Kopi Nur. Sayangnya, akun Instagram Kopi Nur hanya aktif beberapa bulan setelah dibuat dan terakhir kali memposting pada tahun 2016 (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Kopi Nur dapat dibeli satuan atau grosir. Untuk pembelian grosir dengan layanan antar ke tempat tujuan di sekitar Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci, pemesanan minimal harus 20 kilogram. Layanan antar ini memudahkan pelanggan atau pembeli yang tidak perlu keluar rumah. Biasanya, pelanggan yang membeli kopi grosir adalah *reseller* Kopi Nur yang menjual kembali kepada masyarakat atau wisatawan di daerah Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Sistem pemesanan produk melalui WhatsApp atau panggilan suara ke nomor yang tertera di kemasan akan langsung dicatat oleh Zefri Efdison. Setelah mencatat pesanan, Zefri Efdison akan meneruskan pesanan tersebut kepada tenaga kerja di pabrik untuk memisahkan pesanan dan selanjutnya pesanan akan diantar oleh tenaga kerja ke alamat pemesan. Namun, pemesanan harus minimal 20 kilogram. Jika produk yang dipesan kurang dari 20 kilogram, pelanggan harus mengambil sendiri kopi tersebut dari pabrik Kopi Nur (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

Pada tahun 2016 hingga 2019, jaringan perdagangan Kopi Nur mulai berkembang. Kopi Nur biasanya dijual di daerah sekitar Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci, bahkan di dalam Provinsi Jambi. Beberapa produk Kopi Nur juga pernah dijual ke wilayah luar Provinsi Jambi, termasuk Jakarta dan bahkan negara tetangga seperti Malaysia. Namun, pada akhir tahun 2019, Kopi Nur mengalami penurunan pendapatan dan permintaan akibat merebaknya pandemi Covid-19 yang berdampak di sektor-sektor di seluruh dunia. Zefri Efdison menyatakan bahwa pada akhir tahun 2019, pendapatan Kopi Nur turun sekitar 50% dibandingkan dengan tahun 2018. Meskipun permintaan dan pendapatan menurun, Zefri Efdison masih tetap memproduksi kopi, meskipun dengan jumlah yang lebih sedikit dibandingkan sebelum pandemi terjadi (Wawancara dengan Zefri Efdison, 23 Oktober 2022).

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian terhadap industri Kopi Nur yang berada di Kota Sungai Penuh, ditemukan bahwa cikal bakal Kopi Nur sebenarnya berasal dari Kota Bukittinggi, tepatnya di Bukit Apit. Pada awalnya, keahlian dalam pembuatan kopi bubuk dari Bukittinggi tersebut dibawa oleh Darijamsani dan Ilyas St. Bandaro ke Kabupaten Kerinci saat mereka merantau pada tahun 1943. Pada tahun 1984, secara resmi Nurcaya (anak ketiga dari Darijamsani) dan suaminya, Atin St. Rajo Medan, meneruskan usaha kopi tersebut. Nurcaya mulai mengembangkan usaha pembuatan kopi dan kemudian menciptakan merek dagang "Kopi Nur" untuk membedakan dengan produksi kopi bubuk lainnya di Kota Sungai Penuh. Pada tahun 2015, kepemimpinan Kopi Nur diambil alih oleh Zefri Efdison. Kopi Nur merupakan usaha yang dikategorikan sebagai usaha keluarga. Generasi pertama adalah Darijamsani, generasi kedua adalah Nurcaya, dan generasi ketiga adalah Zefri Efdison. Berdasarkan perbandingan antara pengelolaan Kopi Nur oleh Nurcaya dari tahun 1984 hingga 2015 dengan pengelolaan oleh Zefri Efdison dari tahun 2015 hingga 2019, terdapat perbedaan dan beberapa penyesuaian. Perbedaan tersebut meliputi resep dan tata cara pengolahan kopi, tenaga kerja, gaji tenaga kerja, manajemen perusahaan, kegiatan promosi, serta upaya untuk menjaga eksistensi Kopi Nur di

masyarakat luas. Zefri Efdison tampaknya berusaha untuk menyempurnakan kekurangan yang ada saat Darijamsani dan Nurcaya mengelola usaha kopi keluarga tersebut.

REFERENSI

Aninsi, N. (2021). Inilah Alasan Mengapa Indonesia Disebut sebagai Negara Agraris. Retrieved August 24, 2023, from Katadata.co.id website: https://katadata.co.id/safrezi/berita/61658d3d7db87/inilah-alasan-mengapa-indonesia-disebut-sebagai-negara-agraris.

Breman, J. (2014). *Keuntungan Kolonial dari Kerja Paksa Sistem Priangan dari Tanam Paksa Kopi di Jawa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Edvan, B. T., Edison, R., & Same, M. (2016). Pengaruh jenis dan lama penyangraian pada mutu kopi robusta (Coffea robusta). *Jurnal Agro Industri Perkebunan*, *4*(1), 31–40.

Ervina, M. (2021). Prospek Industri Pengolahan Kopi di Kabupaten Kerinci. *Khazanah Intelektual*, *5*(2), 1172–1189. https://doi.org/10.37250/newkiki.v5i2.117.

Fadilla. (2019). *Strategi Pengembangan Produksi Home Industry Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.

Herlina, N. (2020). *Metode Sejarah*. Bandung: Satya Historika.

Hidayat, D. W., & Setiawan, A. P. (2015). Perancangan interior café dan restoran khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya. *Intra*, *3*(2), 92–101.

Kuntowijoyo. (2018). *Pengantar Ilmu Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Lailatusysyukriyah. (2015). Indonesia dan Konsepsi Negara Agraris. *SEUNEUBOK LADA: Jurnal ilmu-ilmu Sejarah, Sosial, Budaya dan Kependidikan*, *2*(1), 1–8.

Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., … Tjahjana, D. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Marta, S. (2014). Konstruksi Makna Budaya Merantau di Kalangan Mahasiswa Perantau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, *2*(1), 27. https://doi.org/10.24198/jkk.v2i1.6048.

Milyani, V. (2021). *Pengembangan Buku Pengayaan Fisika SMA Berbasis Etnosains pada Pengolahan Secara Tradisional Kopi Rakyat Kerinci* (Skripsi). Universitas Jambi.

Mursal, M. (2015). Hubungan Upah Dan Jam Kerja Terhadap Produktivitas Industri Kopi Nur Kerinci. *Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum*, *13*(1), 51–72. https://doi.org/10.32694/qst.v13i1.1213.

Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.

Rabani, U. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Kopi Bubuk KUB Bukik Apit di Kota Padang* (Skripsi). Universitas Andalas.

Rifa'i, M. R. (2022). *Analisis Sistem Upah dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Linggarjati Mahardika Mulia Pacitan* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Riniarsi, D. (2016). *Outlook Kopi*. Jakarta: Kementerian Pertanian.

Saputra, M. R. (2021). *Proses dan Tata Kelola Pengolahan Kopi Robusta dari Green Bean Menjadi Bubuk Kopi Nur Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci* (Skripsi). Universitas Jambi.

Sateria, A., Yudo, E., Zulfitriyanto, Z., Sugiyarto, S., Melati, R., Saputra, B. E., & Naufal, I. (2019). Rancang bangun mesin pengayak pasir untuk meningkatkan produktivitas pengayakan pasir pada pekerja bangunan. *Manutech: Jurnal Teknologi Manufaktur*, *11*(01), 8–13. https://doi.org/10.33504/manutech.v11i01.90.

Sauki, R. (2020). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Bubuk Nur di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci* (Skripsi). Universitas Jambi.

Suryani, A., Zed, M., & Hardi, E. (2019). Studi Komparatif: Sistem Tanam Paksa Sumatera Barat Dengan Jawa Abad 19. *Jurnal Kapita Selekta Geografi*, *2*(4), 11–20.

Tanrifaisal, S., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2019). Perancangan Ulang Kemasan Abon Sapi Bu Sarti. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*(14), 10.

Zed, M. (1999). *Dasar-dasar Metodologi Ilmiah: Beberapa Catatan tentang Penelitian Ilmiah and Cara Berpikir Ilmiah*. Padang: Pusat Kajian Sosial-Budaya & Ekonomi (PKSBC).

Daftar Informan

1) Anto, 46 Tahun, Koto Tinggi (31 Maret 2023)
2) Dela Juwita, 25 Tahun, Semerap (22 Februari 2023)
3) Enpandi, 52 Tahun, Kelurahan Sungai Penuh (22 Februari 2023)

4) Hendri, 32 Tahun, Pondok Tinggi (09 Februari 2023)
5) Nurcaya, 80 Tahun, Lawang Agung (09 Februari
6) Supiarman, 51 Tahun, Koto Tinggi (31 Maret 2023)
7) Yusrizal, 41 Tahun, Pondok Tinggi (09 Februari 2023)
8) Zefri Efdison, 50 Tahun, Lawang Agung (23 Oktober 2022)